Agriculture et Agroalimentaire Canada
Agriculture and Agri-Food Canada
Canada

SECRÉTARIAT À L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Analyse sectorielle

VIN, BIÈRE ET SPIRITUEUX
En Europe occidentale

Décembre 2016

SOMMAIRE

En 2015, l'Europe occidentale a importé pour 26,9 G$ US de boissons alcoolisées, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France représentant 52 % des importations de la région. La même année, elle a importé pour 33,5 M$ US de boissons alcoolisées du Canada, soit une baisse de 13 % par rapport à l'année précédente. Toutefois, les pays qui ont observé une forte croissance de produits importés du Canada sont la Norvège, les Pays-Bas et l'Allemagne, avec un taux de croissance de 63 %, 13 % et 11 %, respectivement. Le produit qui a connu la croissance la plus rapide pour ces régions est la vodka, avec un taux de croissance annuel composé de 79 % de 2010 à 2015.

MarketLine a signalé que la consommation en Europe de boissons alcoolisées est parmi les plus importantes au monde, représentant 43 % de la consommation mondiale en 2015. Malgré tout, la consommation et le volume des ventes de boissons alcoolisées dans la région sont influencés, en partie, par les tendances émergentes en matière de santé et de mieux-être ainsi que par le mouvement vers des produits de meilleure qualité. Cependant, il y a des débouchés pour des boissons alcoolisées spécialisées de grande qualité pour lesquels la demande des consommateurs augmente dans la région.

De janvier 2010 à décembre 2015, 18 601 nouveaux produits ont été lancés dans la catégorie des boissons alcoolisées. La bière occupait le premier rang des nouveaux produits lancés avec 7 135 nouveaux lancements pendant cette période, suivie par le vin (3 912) et les boissons alcoolisées aromatisées (1 950). Parmi les pays qui ont lancé le plus de nouveaux produits alcoolisés dans la région, la France, l'Allemagne et l'Espagne ont été ciblées à titre d'excellents marchés d'Europe occidentale pour le lancement des boissons alcoolisées les plus novatrices.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire 1
Présentation 2
Commerce 3
Tendances du marché 5
Taille du marché 6
Marché de détail 15
Analyse du lancement de nouveaux produits 15
Exemples de nouveaux produits 18
Pour de plus amples renseignements 23
Ressources 23

RAPPORTS CONNEXES

- Analyse des tendances sectorielles - Le marché du vin en Chine
- Analyse des tendances sectorielles – Tendances dans la consommation de vins non traditionnels – En Chine et en Europe orientale

PRÉSENTATION – POSITIONNEMENT DU VIN, DE LA BIÈRE ET DES SPIRITUEUX DANS LE MONDE

Le marché de détail mondial des boissons alcoolisées a une valeur d'environ 535,4 G$ US et son taux de croissance annuel composé (TCAC) s'élevait à 2,4 % de 2010 à 2015. En ce qui concerne la valeur totale des boissons alcoolisées, les spiritueux représentaient 43,3 % du marché des boissons alcoolisées, suivis par la bière avec 38,8 % et le vin avec 17,9 %. À l'échelle internationale, la Chine, les États-Unis et la Russie sont les principaux marchés. En Europe occidentale, les marchés de premier plan pour les boissons alcoolisées sont le Royaume-Uni, avec une valeur au détail de 25,3 G$ US, l'Allemagne avec 18,5 G$ US et la France avec 15,4 G$ US, ce qui représente, globalement, 11,1 % de la part du marché mondial. Dans la catégorie du vin, les pays d'Europe occidentale occupent un rang élevé, le Royaume-Uni et la France occupant le sommet du classement selon la valeur de leurs ventes au détail en 2015, comparativement à d'autres catégories de boissons alcoolisées.

Figure 1 : Principaux marchés des boissons alcoolisées dans le monde en 2015, en M$ US

Rang	Pays	Valeur des ventes au détail ($)	Part du marché (%)	TCAC* (%) 2010 - 2015
Monde entier		**535 346,61**	-	**2,4**
1	Chine	131 548,4	24,6	12,1
2	É.-U.	110 328,7	20,6	4,2
3	Russie	33 532,0	6,3	-3,1
4	Japon	28 553,0	5,3	-6,4
5	Brésil	26 999,5	5,0	-1,8
6	Mexique	25 425,3	4,7	2,6
7	R.-U.	25 249,0	4,7	2,5
8	Inde	24 607,6	4,6	4,9
9	Allemagne	18 472,6	3,5	-1,7
10	France	15 430,5	2,9	0,0

Figure 2 : Principaux marchés du vin dans le monde en 2015, en M$ US

Rang	Pays	Valeur des ventes au détail ($)	Part du marché (%)	TCAC* (%) 2010 - 2015
Monde entier		**95 626,8**	-	**1,2**
1	É.-U.	25 388,7	26,5	5,3
2	R.-U.	11 829,0	12,4	2,3
3	Chine	7 284,5	7,6	9,4
4	France	6 228,7	6,5	-0,8
5	Canada	5 960,0	6,2	-0,2
6	Allemagne	5 769,6	6,0	0,6
7	Russie	5 427,0	5,7	-5,8
8	Australie	4 798,4	5,0	-1,7
9	Suisse	3 942,4	4,1	2,6
10	Japon	2 629,0	2,7	-2,1

Source pour les deux : Mintel, 2015 * **TCAC** – Taux de croissance annuel composé

Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Figure 3 : Principaux marchés de la bière dans le monde en 2015, en M$ US

Rang	Pays	Valeur des ventes au détail ($)	Part du marché (%)	TCAC* (%) 2010 - 2015
Monde entier		**232 041,3**	-	0,4
1	É.-U.	45 070,0	19,4	2,7
2	Chine	*39 630,0*	17,1	5,6
3	Brésil	24 130,0	10,4	-1,2
4	Mexique	22 697,1	9,8	2,6
5	Japon	*18 163,0*	7,8	-6,7
6	Russie	9 196,0	4,0	-8,6
7	Allemagne	8 184,1	3,5	-2,9
8	Canada	7 110,0	3,1	-3,4
9	R.-U.	6 600,0	2,8	1,8
10	Inde	6 316,0	2,7	10,0

Figure 4 : Principaux marchés des spiritueux dans le monde en 2015, en M$ US

Rang	Pays	Valeur des ventes au détail ($)	Part du marché (%)	TCAC* (%) 2010 - 2015
Monde entier		**207 678,5**	-	**5,5**
1	Chine	84 633,9	40,8	16,6
2	É.-U.	39 870,0	19,2	5,1
3	Russie	18 909,0	9,1	1,6
4	Inde	18 080,0	8,7	3,4
5	Japon	7 761,0	3,7	-6,8
6	R.-U.	6 820,0	3,3	3,3
7	France	5 410,4	2,6	-1,2
8	Allemagne	4 518,9	2,2	-2,3
9	Pologne	3 023,4	1,5	-4,3
10	Thaïlande	2 146,0	1,0	2,1

Source pour les deux: Mintel, 2015 * **TCAC** – Taux de croissance annuel composé

Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

COMMERCE

En 2015, des pays d'Europe occidentale ont importé pour 26,9 G$ US de boissons alcoolisées, le Royaume-Uni (R.-U.), l'Allemagne et la France représentant 52 % des importations de la région. Pendant la période visée, de 2010 à 2015, la région a connu un faible taux de croissance annuel composé (TCAC) de 0,02 %. Les fournisseurs majeurs de la région sont la France, l'Italie et le Royaume-Uni. Les principales boissons alcoolisées importées dans la région étaient le vin de raisins frais, la bière (à base de malt), le whisky, le vin mousseux ainsi que les liqueurs, représentant ensemble 84 % des importations de boissons alcoolisées.

L'Europe occidentale a importé pour 33,5 M$ US de boissons alcoolisées du Canada en 2015, une baisse de 13 % par rapport à l'année précédente (*voir figure 6*). Les principaux produits importés par la région étaient le whisky, avec une part de marché de 47 %, la bière à base de malt (avec 16 %) et la vodka (avec 14 %). Les pays majeurs qui importent des boissons alcoolisées du Canada dans la région sont la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne (*voir figure 7*). Pendant la période à l'étude, de 2010 à

2015, les pays qui ont constaté un taux élevé de croissance des importations du Canada étaient la Norvège, les Pays-Bas et l'Allemagne, avec des taux de croissance de 63 %, 13 % et 11 %.

Il est important pour les exportateurs canadiens de boissons alcoolisées de remarquer que les Pays-Bas et la Belgique sont des portes d'entrée de l'Europe. Leurs ports maritimes et leurs aéroports, combinés aux entreprises de logistique, offrent un point d'entrée intéressant sur le marché de l'Union européenne (UE). Par exemple, les vineries de la Colombie-Britannique utilisent actuellement des entrepôts d'Amsterdam pour vendre leurs produits en Europe.

L'Accord économique et commercial global (AECG), conclu entre le Canada et l'Union européenne au mois d'août 2014, est un facteur important qui aura une incidence positive sur la compétitivité des exportateurs de vin, de bière et de spiritueux en Europe occidentale. À l'entrée en vigueur de l'AECG, tous les tarifs de l'UE sur les importations de boissons alcoolisées canadiennes (comme les vins de glace et les cidres) seront abolis. Pour plus d'information sur l'AECG, consulter le site Web suivant : http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/ceta-aecg/index.aspx?lang=fra.

Figure 5 : 10 principaux importateurs de boissons alcoolisées dans le monde en 2015, en $ US

Pays	Importations en M$ US	Principaux fournisseurs et part du marché (%)						Part du marché du Canada (%)
		1		2		3		
Monde entier	**71 136,3**	**France**	**23,1**	**R.-U.**	**11,7**	**Italie**	**10,9**	**0,99**
États-Unis	18 014,7	Mexique	21,9	France	20,5	Italie	11,2	3,39
Royaume-Uni	6 517,8	France	27,5	Italie	16,4	É.-U.	7,6	0,11
Allemagne	4 867,7	Italie	24,7	France	19,3	Espagne	10,9	0,11
Chine	3 498,6	France	44,5	Australie	13,0	Chili	6,7	0,34
Canada	3 166,3	É.-U.	23,7	France	15,4	Italie	12,4	0,14
France	2 680,7	R.-U.	27,4	Belgique	12,8	Espagne	11,8	0,29
Japon	2 399,6	France	36,6	Corée du Sud	10,4	É.-U.	9,7	0,35
Singapour	2 093,9	France	51,4	R.-U.	23,1	Chine	3,2	0,06
Hong Kong	2 039,4	France	52,9	Chine	12,3	R.-U.	9,0	0,10
Pays-Bas	1 967,1	France	19,9	Allemagne	16,5	Belgique	12,6	0,14

Figure 6 : Écart en matière d'exportation de boissons alcoolisées* en 2015, en M$ US

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* (%)
Importations en Europe occidentale en provenance du monde entier	26 834,9	29 994,8	29 443,9	30 805,3	30 997,6	26 861,2	0,02
Importations en Europe occidentale en provenance du Canada	32,5	34,8	31,3	34,2	38,7	33,5	0,61
Écart brut en matière d'exportation	**26 802,4**	**29 960,0**	**29 412,6**	**30 771,1**	**30 958,9**	**26 827,7**	**0,02**

Figure 7 : 10 principaux pays d'Europe occidentale important des boissons alcoolisées du Canada, en M$ US

Pays	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* (%)
Europe occidentale	**32,5**	**34,8**	**31,3**	**34,2**	**38,7**	**33,5**	**0,60**
France	7,8	8,5	8,2	7,1	9,9	7,8	0,20
Royaume-Uni	9,2	8,5	7,4	9,8	9,1	7,4	-4,42
Allemagne	3,3	3,3	3,0	3,6	5,2	5,5	10,52
Pays-Bas	1,5	2,0	1,8	2,3	2,3	2,8	13,05
Norvège	0,2	1,5	1,4	1,8	3,4	2,1	62,66
Finlande	1,3	1,7	2,8	3,0	2,4	2,0	9,52
Suède	2,3	2,9	2,5	2,2	2,4	2,0	-3,03
Suisse	0,7	0,6	0,7	1,4	1,2	1,1	8,22
Espagne	2,9	2,8	2,4	1,6	0,9	0,9	-21,66
Italie	0,4	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5	4,25

Source : Global Trade Tracker, 2016
Remarque : Dans le cadre du présent rapport, « boissons alcoolisées » correspond aux codes SH suivants : 2203, 2204, 2205, 2206 et 2208

TENDANCES DU MARCHÉ

Comme rapporté par MarketLine, la consommation européenne de boissons alcoolisées est parmi les plus importantes au monde, représentant 43 % de la consommation mondiale en 2015. Malgré tout, la consommation et le volume des ventes de boissons alcoolisées dans la région sont influencés, en partie, par les tendances émergentes en matière de santé et de mieux-être ainsi que par le mouvement vers des produits de meilleure qualité.

Les tendances en matière de santé et de mieux-être en Europe occidentale influencent avec dynamisme le secteur des boissons alcoolisées. Par conséquent, les consommateurs réduisent leur consommation d'alcool et consomment des boissons alcoolisées à un rythme plus modéré comme jamais auparavant. Pour ce qui est du négatif, la tendance amène les consommateurs à boire des boissons non alcoolisées comme des jus et des bières de type Lager sans alcool (MarketLine, 2015). Parallèlement, des considérations liées à la santé devraient influencer davantage le rendement des boissons alcoolisées ainsi que les types de produits alcoolisés conçus dans ce secteur, comme les bières et les spiritueux sans gluten. Par exemple, des consommateurs de Norvège demandent plus de bières, de cidres et de boissons prêtes à boire à teneur réduite en calories. C'est aussi vrai pour des pays comme la Finlande, qui demandent des boissons alcoolisées plus à la mode, légères et modernes, ce qui a des répercussions positives sur la consommation de boissons à base de vin et de boissons prêtes à boire (Euromonitor International, 2016).

En outre, on prévoit que l'intérêt pour des produits haut de gamme, en particulier des produits alcoolisés de qualité supérieure à faible teneur en alcool, grandira. Par conséquent, les producteurs de boissons alcoolisées de la région se concentrent davantage sur la conception d'une image de marque prestigieuse et d'emballages haut de gamme, puisque les consommateurs sont prêts à payer pour une marque de commerce solide et de grande qualité. Par exemple, en Allemagne, il y a une demande croissante pour les bières artisanales. Les bières de type Lager et les bières d'autres types (les bières de fantaisie, les bières de cellier, les bières champêtres, etc.) ont enregistré les taux de croissance les plus élevés en 2015 (Lebensmittel Zeitung, 2015). Cette tendance est particulièrement vraie dans la catégorie des spiritueux, comme le gin, la vodka ainsi que le rhum brun et blanc, là où émergent des spiritueux produits localement et artisanaux.

En ce qui concerne l'emballage, des producteurs de l'Allemagne préparent maintenant des bières dans des bouteilles anciennes, alors qu'en France, les emballages non faits de verre deviennent plus fréquents en restauration et dans la catégorie des boissons alcoolisées (cartons-outres).

Le marché des boissons alcoolisées de la région est principalement contrôlé par les préférences des

consommateurs, car les principaux acteurs de l'industrie investissent gros dans les campagnes de marketing visant à promouvoir leurs produits. De plus, la loyauté à une marque est importante, puisque la préférence des consommateurs pour certaines marques influence le lancement de nouveaux produits et le positionnement des produits (MarketLine, 2015). Il s'agit d'un excellent débouché pour les boissons alcoolisées spécialisées (comme les bières et les spiritueux artisanaux), en raison de la demande croissante pour les boissons alcoolisées spécialisées. De plus, s'ils sont commercialisés en misant sur leur qualité et leur diversité, ils peuvent être vendus à un prix plus élevé et profiter de l'intérêt des consommateurs d'Europe occidentale pour les boissons alcoolisées de grande qualité et plus saines.

TAILLE DU MARCHÉ

La valeur des ventes au détail pour le marché des boissons alcoolisées de l'Europe occidentale était estimée à 95,1 G$ US en 2015, soit une baisse de 12 % par rapport à l'année précédente (*voir figure 8*). La période étudiée de 2011 à 2015 a connu un taux de croissance annuel composé (TCAC) négatif de 2,3 %; cette baisse des ventes a été observée dans les trois catégories de boissons alcoolisées majeures (vin, bière et spiritueux) de la région. Cette tendance est aussi vraie pour le volume total des ventes sur le marché des boissons alcoolisées, qui a connu une légère diminution pendant la période visée, avec un TCAC de -0,7 % et un volume total de ventes à la clôture de 39 200 millions de litres (*voir figure 9*). En 2015, les principaux pays de la région quant aux ventes au détail et au volume total des ventes étaient le Royaume-Uni avec un total approximatif de 25,3 G$ US et 5 771,8 millions de litres, l'Allemagne avec 18,5 G$ US et 11 024,5 millions de litres et la France avec 15,4 G$ US et 5 249,4 millions de litres (*voir figure 12*).

En Europe occidentale, la bière est la plus importante catégorie de boissons alcoolisées, représentant 66 % du volume total des ventes en 2015, suivie par le vin et les spiritueux. Le vin représentait 41 % de la valeur des ventes au détail, suivi par la bière et les spiritueux. Malgré la diminution, la région devrait connaître une croissance positive avec une valeur au détail prévue de 104,6 G$ US d'ici 2019 et un TCAC de 3,4 % (*voir figure 10*). Pour ce qui est du volume total des ventes, il devrait augmenter légèrement pour ce secteur avec un total, à la clôture, de 39 771,1 millions de litres et un TCAC de 0,5 % en 2019 (*voir figure 11*).

Il convient de souligner que chaque État d'Europe occidentale possède des taxes d'accise différentes pour les diverses catégories de vins, de bières et de spiritueux. Voir les tableaux des droits d'accise de la Commission européenne pour connaître le taux des taxes pour chaque État membre de l'Union européenne :
https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/docs/body/excise_duties-part_i_alcohol_en.pdf
(en anglais seulement).

Figure 8 : Valeur historique des ventes au détail de boissons alcoolisées en Europe occidentale, en M$ US

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* (%)
Total pour les boissons alcoolisées	**104 310,7**	**100 490,1**	**105 328,9**	**108 502,0**	**95 093,3**	**-2,29**
Vin	42 334,7	40 883,4	42 595,0	43 757,9	38 745,8	-2,19
Bière	35 328,4	33 889,6	36 051,7	37 570,4	32 476,0	-2,08
Spiritueux	26 647,6	25 717,1	26 682,2	27 173,6	23 871,5	-2,71

Figure 9 : Volume historique total des ventes de boissons alcoolisées en Europe occidentale, en millions de litres

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* (%)
Total pour les boissons alcoolisées	**40 367,4**	**39 833,0**	**39 432,9**	**39 358,4**	**39 200,0**	**-0,73**
Vin	12 053,5	12 026,2	11 922,4	665,6	11 584,2	-0,99
Bière	26 448,2	25 964,9	25 708,1	25 915,9	25 848,0	-0,57
Spiritueux	1 865,7	1 841,9	1 802,4	1 776,9	1 767,8	-1,34

Source pour les deux : Mintel, 2015 E= Estimation *** TCAC** = Taux de croissance annuel composé
Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Figure 10 : Valeur des ventes de boissons alcoolisées au détail prévues en Europe occidentale en M$ US

Catégorie	2016	2017	2018	2019	TCAC* (%)
Total pour les boissons alcoolisées	**94 586,5**	**96 578,9**	**100 165,6**	**104 565,9**	**3,40**
Vin	38 215,1	39 137,5	40 468,8	41 818,9	3,05
Bière	32 716,3	33 270,2	34 630,2	36 263,7	3,49
Spiritueux	23 655,1	24 171,1	25 066,6	26 483,3	3,84

Figure 11 : Volume total des ventes de boissons alcoolisées prévues en Europe occidentale en millions de litres

Catégorie	2016	2017	2018	2019	TCAC* (%)
Total pour les boissons alcoolisées	**39 241,0**	**39 497,5**	**39 768,2**	**39 771,1**	**0,45**
Vin	11 600,0	11 735,1	11 858,7	11 686,2	0,25
Bière	25 877,9	25 998,3	26 141,2	26 311,9	0,56
Spiritueux	1 763,1	1 764,0	1 768,3	1 773,0	0,19

Figure 12 : 10 principaux pays d'Europe occidentale en 2015

Par valeur des ventes au détail en M$ US

Pays	Ventes
Total pour les boissons alcoolisées	**95 093,3**
1. R.-U.	25 249,0
2. Allemagne	18 472,6
3. France	15 430,5
4. Espagne	3 844,8
5. Italie	4 522,7
6. Pays-Bas	3 260,5
7. Norvège	3 434,5
8. Turquie	2 179,9
9. Finlande	2 577,1
10. Suède	3 827,3

Par volume total des ventes, en millions de litres

Pays	Ventes
Total pour les boissons alcoolisées	**39 200,0**
1. Allemagne	11 024,5
2. R.-U.	5 771,8
3. France	5 249,4
4. Espagne	4 403,3
5. Italie	4 193,7
6. Pays-Bas	1 572,4
7. Belgique	1 124,6
8. Autriche	1 122,1
9. Portugal	939,3
10. Turquie	924,7

Source pour tous : Mintel, 2016
Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Vin

La catégorie du vin a connu un rendement négatif pendant la période visée (2011 à 2015), observant une valeur approximative des ventes au détail à la clôture de 38,8 G$ US et un taux de croissance annuel composé (TCAC) de -2,2 % (*voir figure 13*). Pour ce qui est des pays évalués de la région, le Royaume-Uni a connu une légère croissance, avec un TCAC de 0,82 % et une valeur des ventes au détail à la clôture de 11,8 G$ US en 2015. Les pays qui ont observé le pire rendement sont l'Espagne et la Norvège, avec des TCAC de -7,6 % et -6,2 %. Des pays comme la France, où la croissance est stable, commencent à constater une tendance à la hausse des vins rosés, qui deviennent plus populaires que les vins blancs en ce qui concerne leur part du marché, tandis que les vins aromatisés deviennent plus fréquents.

En ce qui concerne le volume total des ventes, cette catégorie s'en tire un peu mieux que pour les ventes au détail, puisque pendant la période visée, le TCAC n'a été que de -1 % (*voir figure 14*). La sous-

catégorie du vin devrait connaître une croissance positive pendant la période de prévision. À un niveau plus précis, les vins naturels et biodynamiques (fabriqués en utilisant des techniques agricoles biodynamiques holistiques, écologiques et éthiques) devraient connaître une croissance.

Figure 13 : Volume total historique des ventes de vin en Europe occidentale par pays en millions de litres

Pays	2011	2012	2013	2014	2015[E]	TCAC* (%)
Europe occidentale	**12 053,5**	**12 026,2**	**11 922,4**	**11 665,6**	**11 584,2**	**-0,99**
Autriche	256,0	255,5	256,2	263,0	262,4	0,62
Allemagne	2 130,2	2 149,5	2 100,1	2 060,0	2 097,2	-0,39
Belgique	290,2	286,3	278,6	*284,3*	281,6	-0,75
Danemark	172,8	153,6	147,3	148,5	149,1	-3,62
Espagne	796,5	799,8	747,2	713,4	707,8	-2,91
Finlande	58,9	59,6	58,8	58,2	59,4	0,19
France	3 180,1	3 219,3	3 319,4	3 176,4	3 080,6	-0,79
Italie	2 388,4	2 355,4	2 316,5	2 288,7	2 257,7	-1,40
Norvège	69,1	70,6	71,3	71,7	70,8	0,61
Pays-Bas	355,7	364,9	344,0	340,7	348,8	-0,49
Portugal	479,9	463,8	432,4	428,7	433,5	-2,51
R.-U.	1 286,6	1 267,5	1 255,0	1 239,0	1 235,1	-1,02
Suède	236,1	235,7	239,8	239,5	241,2	0,54
Suisse	296,4	289,9	295,7	290,0	290,6	-0,49
Turquie	56,6	54,9	60,1	63,5	68,5	4,87

Figure 14 : Vents historiques de vin au détail en Europe occidentale par pays en M$ US

Pays	2011	2012	2013	2014	2015[E]	TCAC* (%)
Europe occidentale	**42 334,7**	**4 883,4**	**42 595,0**	**43 757,9**	**38 745,8**	**-2,19**
Autriche	642,5	613,6	678,7	689,7	590,3	-2,10
Allemagne	6 701,8	6 482,7	6 735,3	6 762,7	5 769,6	-3,68
Belgique	976,1	923,1	986,8	*1 019,0*	872,7	-2,76
Danemark	1 166,1	1 084,8	1 128,8	1 151,7	970,4	-4,49
Espagne	1 601,7	1 431,5	1 460,8	1 422,5	1 167,7	-7,60
Finlande	771,2	738,1	761,2	776,9	666,7	-3,57
France	6 949,7	6 556,0	7 072,4	7 246,8	6 228,7	-2,70
Italie	2 378,6	2 228,8	2 422,8	2 437,9	2 020,2	-4,00
Norvège	1 601,7	1 599,1	1 625,4	1 563,7	1 241,0	-6,18
Pays-Bas	920,0	872,7	907,3	937,3	804,6	-3,30
Portugal	466,7	422,6	468,5	475,9	402,8	-3,61
R.-U.	11 447,0	11 525,0	11 636,0	12 472,0	11 829,0	0,82
Suède	2 359,1	2 341,2	2 520,7	2 480,6	2 065,8	-3,26
Suisse	4 177,2	3 879,0	3 989,6	4 130,9	3 942,4	-1,44
Turquie	175,3	185,2	200,7	190,3	173,9	-0,20

Source pour les deux : Mintel, 2015 E= Estimation * **TCAC** = Taux de croissance annuel composé

Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Figure 15 : Ventes de vin au détail prévues en Europe occidentale par pays en M$ US

Pays	2016E	2017P	2018P	2019P	TCAC* (%)
Europe occidentale	**38 215,1**	**39 137,5**	**40 468,8**	**41 818,9**	**3,05**
Autriche	601,9	615,0	646,9	690,9	4,70
Allemagne	5 847,3	5 882,4	6 142,4	6 519,2	3,69
Belgique	886,4	898,7	941,7	SO*	3,07
Danemark	978,8	994,5	1 037,3	1 102,7	4,05
Espagne	1 139,8	1 118,4	1 158,1	1 220,8	2,31
Finlande	680,9	693,5	737,0	789,7	5,07
France	6 336,8	6 442,7	6 760,3	7 169,5	4,20
Italie	2 005,4	1 995,3	2 053,7	2 139,3	2,18
Norvège	1 198,9	1 260,6	1 346,3	1 496,4	7,67
Pays-Bas	817,9	840,7	888,9	957,0	5,37
Portugal	404,2	405,9	421,2	441,0	2,95
R.-U.	11 193,0	11 707,0	11 828,0	12 360,0	3,36
Suède	2 133,0	2 213,9	2 340,1	2 531,7	5,88
Suisse	3 810,9	3 878,6	3 963,9	4 183,8	3,16
Turquie	179,9	190,3	203,1	216,9	6,43

Figure 16 : Volume total des ventes de vin prévu en Europe occidentale par pays en millions de litres

Pays	2016E	2017P	2018P	2019P	TCAC* (%)
Europe occidentale	**11 600,0**	**11 735,1**	**11 858,7**	**11 686,2**	**0,25**
Autriche	259,4	258,9	260,9	262,1	0,35
Allemagne	2 109,3	2 116,6	2 146,1	2 166,2	0,89
Belgique	279,3	276,2	272,7	SO*	-1,19
Danemark	148,8	147,7	148,4	149,8	0,22
Espagne	699,3	694,5	700,0	710,5	0,53
Finlande	60,5	61,4	62,9	64,2	1,99
France	3 133,4	3 250,5	3 316,4	3 366,1	2,42
Italie	2 210,2	2 215,4	2 223,2	2 218,7	0,13
Norvège	71,6	72,1	72,4	72,7	0,53
Pays-Bas	352,6	355,8	357,8	360,4	0,73
Portugal	441,1	447,0	451,5	456,0	1,11
R.-U.	1 229,2	1 228,4	1 230,6	1 237,0	0,21
Suède	242,7	244,1	246,8	249,4	0,91
Suisse	290,1	290,5	290,7	291,1	0,11
Turquie	72,5	76,0	78,3	82,0	4,18

Source pour les deux : Mintel, 2015 E= Estimation P=Prévision ***TCAC** = Taux de croissance annuel composé
Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient
***SO** – Donnée non disponible

Figure 17 : Volume de consommation historique et prévu de vin au détail par habitant (population) en litres

Pays	2010	2011	2012	2013	2014	2015[E]	2016[P]	2017[P]	2018[P]
Allemagne	21,63	21,74	22,00	21,45	20,86	21,13	21,06	20,99	21,16
Autriche	11,50	11,30	11,00	11,30	11,20	11,00	10,90	10,70	10,50
Belgique	17,20	16,96	16,91	16,13	15,94	15,67	15,60	15,32	15,21
Danemark	26,20	25,50	22,60	21,70	21,80	21,80	21,70	21,50	21,40
Espagne	10,64	10,59	10,67	9,91	9,44	9,30	9,21	9,17	9,24
Finlande	9,80	9,93	9,99	9,83	9,70	9,87	10,00	10,20	10,40
France	17,27	17,21	17,22	17,27	17,11	17,17	17,16	17,15	17,14
Italie	12,83	12,71	12,33	12,03	11,85	11,67	11,42	11,24	11,07
Norvège	12,80	12,90	13,00	13,10	13,10	12,80	12,90	12,90	12,90
Pays-Bas	10,77	10,55	10,69	10,02	10,24	10,51	10,65	10,74	10,81
Portugal	11,19	11,32	11,24	10,99	10,81	10,76	10,73	10,93	11,25
R.-U.	16,79	16,82	16,52	16,43	16,12	15,98	15,84	15,76	15,70
Suède	19,60	20,10	19,90	20,10	20,00	19,50	19,20	18,90	18,71
Suisse	31,30	31,90	31,00	31,50	30,70	30,70	30,60	30,50	30,40
Turquie	0,24	0,23	0,24	0,25	0,26	0,28	0,29	0,31	0,32

Source : Mintel, 2015 E= Estimation P=Prévision

Bière

La catégorie de la bière a connu un rendement négatif, avec un taux de croissance annuel composé (TCAC) de -2,1 % pour la valeur au détail et de -0,6 pour le volume total des ventes de 2011 à 2015 (*voir figures 18 et 19*). Cette catégorie a terminé la période visée avec des ventes au détail d'une valeur de 32,5 G$ US pour 25 848 millions de litres. Parmi les pays évalués de la région, la France a obtenu la plus forte croissance, avec un TCAC de 2,04 % et une valeur au détail à la clôture de 3,8 G$ US pour 1 818,3 millions de litres en 2015. Le pays dont le rendement a été le plus faible est le Portugal, avec un TCAC de -6,4 % de 2011 à 2015. Malgré cette baisse pendant la période à l'étude, cette catégorie devrait observer un rendement positif pendant la période de prévision de 2016 à 2019 avec une valeur des ventes au détail et un volume total dont les TCAC devraient atteindre 3,5 % et 0,6 % (*voir figures 20 et 21*). De plus petits acteurs à l'échelle nationale devraient entrer sur le marché, puisque la production sera davantage axée sur de nouveaux types, variétés et saveurs de bières, comme les bières artisanales. Ce devrait être particulièrement vrai pour des pays comme la Belgique et l'Allemagne (Euromonitor International, 2016).

Figure 18 : Valeur historique des ventes de bière au détail en Europe occidentale par pays en M$ US

Pays	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* (%)
Europe occidentale	**35 328,4**	**33 889,6**	**36 051,7**	**37 570,4**	**32 476,0**	**-2,08**
Allemagne	9 658,5	8 823,1	9 186,7	9 852,7	8 184,1	-4,06
Autriche	1 233,0	1 173,0	1 231,0	1 235,0	1 037,0	-4,24
Belgique	1 168,0	1 100,0	1 193,0	1 235,0	1 048,0	-2,67
Danemark	749,6	707,3	708,7	704,6	592,4	-5,71
Espagne	1 996,0	1 900,4	1 968,8	2 032,5	1 736,8	-3,42
Finlande	1 537,1	1 444,9	1 560,3	1 578,1	1 282,7	-4,42
France	3 497,8	3 377,4	4 044,7	4 300,8	3 791,4	2,04
Italie	1 880,4	1 801,0	1 872,4	1 922,8	1 717,3	-2,24
Norvège	1 577,0	1 566,9	1 776,4	1 751,3	1 399,4	-2,94
Pays-Bas	1 838,5	1 717,8	1 899,1	2 014,9	1 719,8	-1,65
Portugal	439,7	406,3	426,0	383,7	337,2	-6,42
R.-U.	6 454,8	6 473,0	6 568,8	7 047,5	6 600,0	0,56
Suède	1 324,9	1 244,0	1 333,8	1 289,5	1 090,3	-4,76
Suisse	700,9	684,5	716,2	738,5	705,4	0,16
Turquie	1 272,2	1 470,0	1 565,8	1 483,5	1 234,2	-0,76

Figure 19 : Volume total historique des ventes de bière en Europe occidentale par pays en millions de litres

Pays	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* (%)
Europe occidentale	**26 448,2**	**25 964,9**	**25 708,1**	**25 915,9**	**25 848,0**	**-0,57**
Allemagne	8 765,5	8 627,9	8 588,8	8 651,2	8 443,5	-0,93
Autriche	844,9	846,2	845,4	830,2	823,3	-0,65
Belgique	857,5	824,6	804,2	829,1	798,4	-1,77
Danemark	367,0	344,0	344,9	350,0	352,9	-0,97
Espagne	3 494,6	3 406,5	3 353,8	3 429,9	3 534,6	0,28
Finlande	448,8	422,8	427,4	418,4	413,7	-2,02
France	1 743,4	1 738,0	1 715,5	1 749,8	1 818,3	1,06
Italie	1 744,7	1 762,2	1 744,9	1 737,0	1 783,3	0,55
Norvège	239,4	233,5	237,2	243,1	241,3	0,20
Pays-Bas	1 169,0	1 139,8	1 105,6	1 134,5	1 168,9	0,00
Portugal	532,0	492,7	493,7	475,7	481,5	-2,46
R.-U.	4 462,1	4 295,0	4 229,0	4 266,0	4 254,0	-1,19
Suède	486,2	472,6	471,1	470,0	469,2	-0,89
Suisse	462,6	465,9	468,5	474,6	475,0	0,66
Turquie	830,5	893,2	878,1	856,4	790,1	-1,24

Source pour les deux : Mintel, 2016 ***TCAC** = Taux de croissance annuel composé

Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Figure 20 : Valeur des ventes de bière au détail prévue en Europe occidentale par pays en M$ US

Pays	2016E	2017P	2018P	2019P	TCAC* (%)
Europe occidentale	**32 716,3**	**33 270,2**	**34 630,2**	**36 263,7**	**3,49**
Allemagne	8 109,6	8 065,9	8 301,7	8 661,8	2,22
Autriche	1 055,0	1 068,0	1 109,0	1 169,2	3,49
Belgique	1 063,0	1 084,0	1 138,3	1 204,4	4,25
Danemark	587,2	594,1	616,5	655,3	3,73
Espagne	1 757,7	1 781,2	1 866,1	1 977,6	4,01
Finlande	1 267,3	1 262,6	1 312,4	1 384,3	2,99
France	4 363,3	4 476,3	4 801,9	4 868,0	3,72
Italie	1 756,9	1 803,4	1 911,9	2 060,2	5,45
Norvège	1 385,4	1 467,1	1 588,2	1 779,5	8,70
Pays-Bas	1 724,7	1 784,3	1 916,9	2 063,8	6,17
Portugal	354,9	371,4	399,4	427,2	6,38
R.-U.	6 232,9	6 387,0	6 478,6	6 671,0	2,29
Suède	1 114,4	1 146,6	1 198,2	1 279,2	4,70
Suisse	684,0	696,5	721,4	762,1	3,67
Turquie	1 260,0	1 281,8	1 269,7	1 300,1	1,05

Figure 21 : Volume total des ventes de bière prévu en Europe occidentale par pays en millions de litres

Pays	2016E	2017P	2018P	2019P	TCAC* (%)
Europe occidentale	**25 877,9**	**25 998,3**	**26 141,2**	**26 311,9**	**0,56**
Autriche	812,5	839,9	831,4	828,7	0,66
Allemagne	8 319,8	8 240,7	8 183,0	8 127,7	-0,78
Belgique	776,6	758,8	744,3	731,6	-1,97
Danemark	363,1	369,0	374,9	380,7	1,59
Espagne	3 608,7	3 724,3	3 841,7	3 962,9	3,17
Finlande	404,3	399,6	394,9	392,6	-0,97
France	1 850,5	1 877,2	1 904,4	1 931,7	1,44
Italie	1 811,6	1 852,9	1 904,4	1 949,7	2,48
Norvège	246,9	250,9	249,3	246,3	-0,08
Pays-Bas	1 197,6	1 225,5	1 245,3	1 271,6	2,02
Portugal	490,1	500,9	512,9	520,1	2,00
R.-U.	4 251,0	4 225,0	4 238,0	4 271,0	0,16
Suède	463,6	465,2	462,7	459,4	-0,30
Suisse	481,4	485,4	489,0	492,4	0,76
Turquie	800,2	783,0	765,0	745,5	-2,33

Source pour les deux : Mintel, 2015 E= Estimation P=Prévision ***TCAC** = Taux de croissance annuel composé **Remarque** : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Figure 22 : Volume de consommation historique et prévu de bière au détail par habitant en litres

Pays	2011	2012	2013	2014	2015	2016[E]	2017[P]	2018[P]	2019[P]	2020[P]
Allemagne	72,84	71,73	70,85	71,41	70,63	*69,97*	*69,40*	*68,85*	*68,35*	*67,88*
Autriche	66,60	67,60	67,80	67,80	68,20	*68,90*	*69,80*	*70,30*	*70,90*	*71,30*
Belgique	41,72	40,41	39,81	39,65	39,10	*38,48*	*38,21*	*37,78*	*37,26*	*36,88*
Danemark	48,50	45,20	45,10	45,60	46,00	*47,20*	*47,80*	*48,40*	*49,10*	*49,60*
Espagne	26,18	27,02	27,43	28,18	28,59	*29,02*	*29,56*	*30,04*	*30,58*	*31,19*
Finlande	70,60	66,00	66,60	65,00	64,10	*61,90*	*60,70*	*59,60*	*59,00*	*58,30*
France	20,26	20,49	20,56	21,62	22,54	*23,40*	*23,93*	*24,47*	*25,01*	*25,53*
Italie	13,99	14,23	14,21	14,18	14,72	*15,18*	*15,65*	*16,12*	*16,59*	*17,07*
Norvège	36,00	35,20	37,40	38,40	37,70	*38,60*	*39,40*	*38,90*	*38,30*	*37,90*
Pays-Bas	49,33	47,96	47,73	49,18	50,98	*52,13*	*53,01*	*53,73*	*54,79*	*55,92*
Portugal	20,26	19,19	19,90	17,85	18,04	*18,46*	*18,98*	*19,32*	*19,51*	*19,00*
R.-U.	32,11	31,23	31,21	31,97	31,92	*31,75*	*31,71*	*31,89*	*32,04*	*32,63*
Suède	40,90	39,30	39,10	38,90	38,50	*38,10*	*37,47*	*36,83*	*36,32*	*35,85*
Suisse	33,10	32,70	32,90	33,20	32,90	*33,10*	*33,00*	*32,90*	*32,90*	*32,90*
Turquie	8,65	9,26	8,97	8,54	7,78	*7,75*	*7,52*	*7,29*	*7,06*	*6,84*

Source : Mintel, 2015 E= Estimation P=Prévision

Spiritueux

Comme pour les autres catégories de boissons alcoolisées, les spiritueux ont aussi connu un rendement négatif avec un taux de croissance annuel composé (TCAC) de -2,7 % (*voir figure 23*). À la clôture en 2015, pour cette catégorie, la valeur des ventes au détail était estimée à 23,9 G$ US pour un volume total des ventes de 1 767,8 millions de litres (*voir figure 24*). Le pays ayant connu le meilleur rendement était le Royaume-Uni, avec un TCAC de 2,4 % de 2011 à 2015 et celui où le rendement a été le plus faible pour cette catégorie était l'Espagne, avec un TCAC de -7,6% pendant la période visée. Pendant la période de prévision, cette catégorie devrait elle aussi connaître une croissance positive, autant en ce qui a trait à la valeur des ventes au détail qu'au volume total des ventes, avec des TCAC de 3,8 % et 0,2 % (*voir figures 25 et 26*). Cette situation découle principalement de la tendance vers une montée en gamme et d'une nouvelle préférence pour les spiritueux bruns (Euromonitor International, 2016).

Figure 23 : Valeur historique des ventes de spiritueux au détail en Europe occidentale par pays en M$ US

Pays	2011	2012	2013	2014	2015[E]	TCAC* (%)
Europe occidentale	**26 647,6**	**25 717,1**	**26 682,2**	**27 173,6**	**23 871,5**	**-2,71**
Autriche	402,5	372,3	394,9	367,7	293,6	-7,58
Allemagne	5 444,0	5 087,9	5 366,0	5 330,1	4 518,9	-4,55
Belgique	730,1	688,2	762,5	801,6	706,2	-0,83
Danemark	302,6	312,2	328,7	341,6	297,9	-0,40
Espagne	1 292,0	1 144,0	1 156,0	1 130,0	940,3	-7,64
Finlande	850,0	761,0	785,9	768,8	627,7	-7,30
France	6 071,7	5 847,2	6 216,1	6 308,7	5 410,4	-2,84
Italie	1 020,0	905,0	930,7	935,5	785,2	-6,33
Norvège	1 003,7	1 004,3	1 030,1	989,0	794,1	-5,69
Pays-Bas	978,6	899,2	881,7	865,1	736,1	-6,87
Portugal	198,6	170,9	177,7	179,3	148,6	-6,99
R.-U.	6 201,0	6 362,2	6 529,7	7 088,5	6 820,0	2,41
Suède	841,0	808,1	829,8	793,8	671,2	-5,48
Suisse	375,3	358,9	373,1	369,2	349,6	-1,76
Turquie	936,5	995,7	919,3	904,7	771,8	-4,72

Source : Mintel, 2015 *** TCAC** = Taux de croissance annuel composé

Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Figure 24 : Volume total historique des ventes de spiritueux en Europe occidentale par pays en millions de litres

Pays	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC* (%)
Europe occidentale	**1 865,7**	**1 841,9**	**1 802,4**	**1 776,9**	***1 767,8***	**-1,34**
Autriche	38,9	39,5	39,9	37,64	*36,42*	-1,63
Allemagne	483	488,6	489,1	487,1	*483,8*	0,04
Belgique	47,7	46,9	45,83	45,17	*44,61*	-1,66
Danemark	15,42	17,82	18,34	18,95	*19,52*	6,07
Espagne	194,3	181,9	172,5	162,6	*160,9*	-4,61
Finlande	27,63	26,25	24,31	22,8	*21,57*	-6,00
France	380,3	372,4	360,7	354	*350,5*	-2,02
Italie	172,6	163,7	158,4	153,6	*152,7*	-3,02
Norvège	13,59	13,29	12,89	12,62	*12,35*	-2,36
Pays-Bas	63,95	62,62	56,36	54,1	*54,7*	-3,83
Portugal	26,83	26,26	25,65	24,94	*24,26*	-2,49
R.-U.	273,7	276,7	276,7	281,2	*282,7*	0,81
Suède	25,6	25,5	25,51	25,39	*26,08*	0,47
Suisse	30,9	31,27	32,18	31,68	*31,52*	0,50
Turquie	71,28	69,2	64,02	65,13	*66,13*	-1,86

Figure 25 : Valeur des ventes de spiritueux au détail prévue en Europe occidentale par pays en M$ US

Pays	2016[E]	2017[F]	2018[F]	2019[F]	TCAC* (%)
Europe occidentale	**23 655,1**	**24 171,1**	**25 066,6**	**26 483,3**	**3,84**
Autriche	287,9	294,5	301,6	322,0	3,80
Allemagne	4 504,3	4 483,6	4 652,6	4 895,9	2,82
Belgique	729,1	751,6	799,3	859,0	5,62
Danemark	310,0	327,5	351,3	385,3	7,51
Espagne	934,1	920,8	940,2	968,0	1,20
Finlande	623,3	619,3	642,8	682,4	3,07
France	5 477,0	5 539,2	5 786,8	6 115,1	3,74
Italie	783,5	786,4	821,0	867,8	3,47
Norvège	767,4	813,3	877,9	984,5	8,66
Pays-Bas	733,3	727,9	746,7	773,9	1,81
Portugal	147,5	146,0	149,0	153,9	1,43
R.-U.	6 531,3	6 839,1	6 948,4	7 259,6	3,59
Suède	680,7	687,7	704,4	735,9	2,63
Suisse	336,3	337,7	339,8	353,8	1,71
Turquie	809,4	896,6	1 004,7	1 126,3	11,64

Source pour les deux : Mintel, 2015 *** TCAC** = Taux de croissance annuel composé

Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

Figure 26 : Volume total des ventes de spiritueux prévu en Europe occidentale par pays en millions de litres

Pays	2016[E]	2017[P]	2018[P]	2019[P]	TCAC* (%)
Europe occidentale	**1 763,1**	**1 764,0**	**1 768,3**	**1 773,0**	**0,19**
Autriche	36,3	37,1	37,0	37,7	1,26
Allemagne	481,3	479,4	478,5	475,4	-0,41
Belgique	44,2	43,9	43,6	43,5	-0,56
Danemark	20,3	21,1	21,9	22,8	3,96
Espagne	159,6	159,3	158,2	158,0	-0,34
Finlande	20,9	20,5	20,4	20,7	-0,30
France	349,0	348,2	347,8	348,5	-0,05
Italie	151,8	153,4	155,4	157,3	1,19
Norvège	12,2	11,9	11,6	11,3	-2,53
Pays-Bas	53,3	52,6	53,3	53,3	0,00
Portugal	24,0	23,7	23,6	23,6	-0,56
R.-U.	286,7	289,7	293,7	297,7	1,26
Suède	26,0	25,9	25,8	26,0	-0,09
Suisse	31,6	31,8	32,0	32,3	0,75
Turquie	65,9	65,6	65,3	65,0	-0,47

Figure 27 : Volume de consommation au détail historique et prévu de spiritueux par habitant (population) en litres

Pays	2010	2011	2012	2013	2014	2015[E]	2016[E]	2017[P]	2018[P]	2019[P]
Allemagne	4,63	4,71	4,67	4,65	4,59	4,52	4,49	4,45	4,42	4,38
Autriche	3,21	3,30	3,38	3,40	3,16	3,03	2,99	3,04	2,99	3,04
Belgique	3,44	3,42	3,37	3,30	3,26	3,25	3,23	3,20	3,17	3,14
Danemark	2,03	2,00	2,29	2,35	2,41	2,47	2,59	2,59	2,60	2,61
Espagne	1,80	1,72	1,69	1,66	1,60	1,58	1,57	1,56	1,55	1,54
Finlande	4,79	4,51	4,28	3,95	3,70	3,49	3,39	3,32	3,29	3,34
France	4,64	4,62	4,44	4,40	4,38	4,36	4,35	4,35	4,36	4,35
Italie	1,17	1,16	1,10	1,07	1,04	1,03	1,03	1,04	1,05	1,06
Norvège	2,56	2,43	2,37	2,28	2,22	2,19	2,14	2,15	2,12	2,08
Pays-Bas	3,14	3,11	3,05	2,76	2,62	2,60	2,54	2,49	2,51	2,50
Portugal	0,96	0,96	0,88	0,87	0,85	0,82	0,80	0,78	0,77	0,75
R.-U.	3,43	3,48	3,47	3,47	3,52	3,51	3,57	3,60	3,65	3,69
Suède	2,18	2,05	2,03	1,96	1,89	1,91	1,88	1,81	1,75	1,69
Suisse	1,78	1,78	1,79	1,82	1,79	1,77	1,77	1,76	1,76	1,77
Turquie	0,53	0,59	0,56	0,48	0,49	0,48	0,48	0,48	0,47	0,44

Source pour les deux : Mintel, 2015 E= Estimation P=Prévision ***TCAC** = Taux de croissance annuel composé

Remarque : Il s'agit d'une estimation des ventes, puisque les données de certains pays n'étaient pas accessibles aux fins d'examen et que les taxes d'accise varient

MARCHÉ DE DÉTAIL

Les principaux acheteurs et vendeurs de boissons alcoolisées en Europe occidentale sont les supermarchés, les hypermarchés ainsi que les entreprises de consommation sur place et les détaillants spécialisés. Ensemble, ces acteurs sont responsables de 90,7 % de l'ensemble des ventes de boissons alcoolisées en Europe occidentale (MarketLine, 2015).

ANALYSE DES NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS

De janvier 2010 à décembre 2015, 18 601 nouveaux produits ont été lancés dans la catégorie des boissons alcoolisées. La bière occupait le premier rang des nouveaux produits lancés avec

7 135 nouveaux lancements pendant cette période, suivie par le vin avec 3 912, les boissons alcoolisées aromatisées avec 1 950, les liqueurs avec 1 669, le cidre avec 827 et le whisky avec 735 (*voir figure 28*). Sur l'ensemble des nouveaux produits lancés, 9 446 étaient de nouveaux produits, 4 101 avaient un nouvel emballage, 3 903 étaient de nouvelles variétés ou constituaient un élargissement de la gamme, 219 étaient des relancements et 49 étaient de nouvelles formulations.

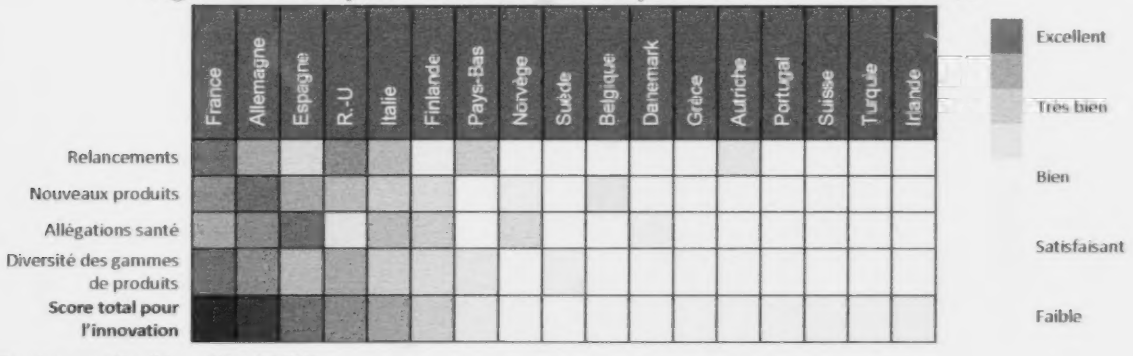
Pendant la période à l'étude (2010 à 2015), la majeure partie des lancements de nouveaux produits sont survenus en 2015, représentant 26,1 % des nouveaux produits lancés dans la région de l'Europe occidentale. Les lancements de nouvelles boissons alcoolisées ont continuellement augmenté, atteignant, en moyenne 4 072 lancements de nouveaux produits alcoolisés au cours des 3 dernières années de la période visée.

Les pays d'Europe occidentale qui ont lancé le plus de nouveaux produits alcoolisés étaient l'Allemagne avec 3 950 produits, la France avec 3 504, le Royaume-Uni (R.-U.) avec 2 153, l'Espagne avec 1 836 et l'Italie avec 1 144. Parmi ces pays, la France, l'Allemagne et l'Espagne sont d'excellents marchés d'Europe occidentale pour le lancement des boissons alcoolisées les plus novatrices (voir les exemples aux pages 17 à 21). Il s'agit de marchés novateurs, qui ont lancé une grande diversité de boissons alcoolisées qui ont reçu une cote élevée pour chacun des quatre critères de l'innovation (*voir figure 29*). En plus d'avoir procédé au plus grand nombre de relancements et de lancements de nouveaux produits, ces pays présentaient aussi le plus grand nombre d'allégations relatives à la santé par rapport à d'autres pays comme l'Irlande, la Turquie et la Suisse.

Figure 28 : Nouvelles boissons alcoolisées lancées par catégorie en Europe occidentale

Catégorie	Nouveaux produits lancés
Total pour les boissons alcoolisées	18 601
Bière	7 135
Vin	3 912
Boissons alcoolisées aromatisées	1 950
Liqueur	1 669
Cidre	827
Whisky	735
Vodka	658
Vins fortifiés et autres vins	446
Gin	377
Brandy	326
Rhum brun	232
Rhum blanc	180
Autres spiritueux	106
Téquila	48

Figure 29 : Principaux marchés novateurs pour les boissons alcoolisées



Source pour les deux : Mintel, 2016

Figure 30 : Nouvelles boissons alcoolisées lancées en Europe occidentale

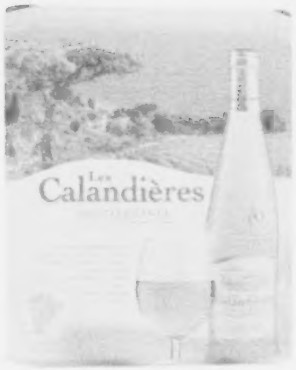
Caractéristique*	Nombre de lancements annuels					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nombre de lancements de produits annuels	1785	2130	2469	3306	4061	4850
Les 5 principales allégations						
Emballage éthique ou écologique	225	0	265	413	526	722
Qualité supérieure	0	244	263	337	425	481
Biologique	0	110	164	272	279	360
Édition limitée	112	0	181	160	232	230
Saisonnier	0	142	148	149	247	215
Principales allégations de plus en plus observées						
Comarques	2	9	7	8	17	19
Casher	6	7	16	9	23	26
Sans gluten	10	12	26	37	51	66
Sans OGM	0	5	5	8	12	10
Destiné aux hommes	0	1	1	0	0	5
Principales allégations de moins en moins observées						
Système immunitaire (aliment fonctionnel)	0	0	0	0	0	4
Autre (aliment fonctionnel)	1	2	2	3	3	10
Teneur faible/nulle/réduite en gras	0	0	3	0	0	0
Économie	10	17	27	14	12	21
Teneur faible/nulle/réduite en glucides	0	0	0	0	8	0
Statut d'importation						
Produit importé	1	0	0	413	895	1067
Produit non importé	0	0	0	359	628	735
Les 5 principaux ingrédients**						
Malt	319	381	526	798	960	1294
Houblon	299	352	441	787	997	1236
Levures	133	145	167	437	560	725
Acides alimentaires	175	222	223	337	334	368
Acide citrique	132	164	176	285	260	259
Les 5 principaux types d'emballage						
Bouteille	1402	1723	1992	2680	3282	3909
Cannette	203	221	292	302	359	458
Souple	7	24	21	34	23	28
Carton	20	25	21	19	19	21
Sachet souple à fond plat	3	17	13	37	11	37
Les 5 principaux matériaux d'emballage						
Verre coloré	661	781	1023	1467	1829	2167
Verre ordinaire	629	880	905	1166	1378	1642
Aluminium	189	197	273	276	349	436
Plastique PET	48	44	48	36	51	57
Acier	20	32	32	35	26	29
Les 5 principales entreprises						
Lidl	15	39	29	50	73	76
Heineken	19	24	30	33	39	76
Aldi	23	73	49	11	18	35
Carlsberg	11	21	20	19	40	51
InBev	17	24	29	26	26	22

Source : Mintel, 2016
***Remarque** : Classement fondé sur les données de 2010 à 2015
****Remarque** : Le nombre total d'ingrédients sera plus élevé que le nombre total de lancements, car les produits peuvent être composés de plusieurs ingrédients

EXEMPLES DE NOUVEAUX PRODUITS

Vin rosé de la Méditerranée

N° d'enregistrement : 4257917
Entreprise : Castel Frères
Marque : Les Calandières
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Vin
Pays : France
Pays de fabrication : France
Statut d'importation : Produit non importé
Nom du commerce : Intermarché
Type de commerce : Supermarché
Adresse du commerce : 16360 Baignes-Sainte-Radegonde
Date de publication : Sept. 2016
Source du produit : Client
Type de lancement : Nouvel emballage
Prix en devise locale : 12,06 €
Prix en dollars américains : 13,16 $
Code à barres : 3175529640451



Description du produit

Le vin rosé Les Calandières Méditerranée a été réemballé dans un tout nouveau carton-outre recyclable d'un format de 3 litres, contenant jusqu'à 30 verres et équivalant à 4 bouteilles de 750 ml. Le produit est caractérisé par une indication géographique protégée et il se distingue par son élégance et sa fraîcheur, sa robe pâle aux reflets pétale de rose ainsi que son bouquet floral et fruité. On le décrit comme frais et tendre, avec des arômes de fruits du verger et des notes d'agrumes qui en font l'accompagnement idéal des plats légers, des poissons ou des salades et des charcuteries, ou encore comme apéritif.

Bio rosé 2014

N° d'enregistrement : 3636305
Entreprise : Peter Mertes
Marque : BIOrebe
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Vin
Pays : Allemagne
Pays de fabrication : Allemagne
Statut d'importation : Produit non importé
Nom du commerce : Tegut
Type de commerce : Supermarché
Adresse du commerce : 70173 Stuttgart
Date de publication : Déc. 2015
Source du produit : Client
Type de lancement : Nouvelle variété/ élargissement de la gamme
Prix en devise locale : 3,49 €
Prix en dollars américains : 3,87 $
Code à barres : 4003301089923

Description du produit

Le vin Bio rosé 2014 de BIOrebe est un joli vin de qualité, élaboré à partir de raisins rouges. Une odeur fruitée de bleuet domine son délicat parfum. Ce vin peut être apprécié avec un plat léger et en achetant ce vin biologique, vous encouragez la culture de vignes assujettie aux dispositions du *Règlement sur la production biologique* de l'Union européenne, protégeant ainsi l'environnement et ses ressources naturelles. Il convient aux végétariens et aux végétaliens, et il est vendu au détail dans une bouteille de 750 ml refermable et recyclable affichant un code QR, le sceau d'authenticité montrant un « V » de l'Union végétarienne européenne, l'appellation d'origine protégée ainsi que les logos « Feuille verte » et « Bio » de l'UE.

Bière d'épeautre biologique

N° d'enregistrement : 3524203
Entreprise : Weissbräu Unertl
Marque : Unertl
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Bière
Pays : Allemagne
Statut d'importation : Produit non importé
Nom du commerce : NORMA
Type de commerce : Supermarché
Adresse du commerce : 86154 Augsbourg
Date de publication : Déc. 2015
Source du produit : Client
Type de lancement : Nouvelle variété/ élargissement de la gamme
Prix en devise locale : 6,47 €
Prix en dollars américains : 7,61 $
Code à barres : 4260011150149

Description du produit

La Unertl Bio-Dinkel Weisse (bière d'épeautre biologique) a été ajoutée à la gamme. Ce produit serait conçu en utilisant uniquement les meilleures matières premières régionales ainsi que l'eau du propre puits de la brasserie. Ce produit, certifié biologique par Bioland, est vendu au détail dans un emballage de six bouteilles de 500 ml portant le logo « Euro-Leaf » de même que celui de la médaille d'or récompensant les bières faites de céréales différentes (Beer with Alternative Grains Gold Award) pour 2005 à 2008.

Bière biologique sans gluten

N° d'enregistrement : 3557671
Entreprise : Brasserie Grain D'Orge
Marque : Grain d'Orge
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Bière
Pays : France
Statut d'importation : Produit non importé
Nom du commerce : Carrefour
Type de commerce : Grande surface/ hypermarché
Adresse du commerce : 35510 Cesson-Sévigné
Date de publication : Nov. 2015
Source du produit : Client
Type de lancement : Nouvel emballage
Prix en devise locale : 2,99 €
Prix en dollars américains : 3,31 $
Code à barres : 3347970011221

Description du produit

La Bière Bio sans Gluten de Grain d'Orge a été réemballée. Ce produit certifié biologique est une bière blonde « pur malt », sans gluten et vendue au détail dans une bouteille de 750 ml portant les logos « Feuille verte » de l'UE et « AB ».

Bière à boire Océane First avec malt en biodynamie

N° d'enregistrement :	3360781
Entreprise :	La Mousse à Zigui
Marque :	La Mousse à Zigui
Catégorie :	Boissons alcoolisées
Sous-catégorie :	Bière
Pays :	France
Nom du commerce :	Naturalia
Type de commerce :	Magasin d'aliments naturels/santé
Adresse du commerce :	92800 Puteaux
Date de publication :	Août 2015
Source du produit :	Client
Type de lancement :	Nouveau produit
Prix en devise locale :	3,99 €
Prix en dollars américains :	5,04 $
Code à barres :	3770005652012

Description du produit

La Mousse à Zigui Océane Malt en Biodynamie Première Bière à Boire est, semble-t-il, idéale à consommer avec des plats à base de produits de la mer. Le produit certifié biologique est vendu au détail dans une bouteille de 330 ml portant le logo « Feuille verte » de l'UE.

Thé glacé alcoolisé aux baies et au concombre

N° d'enregistrement :	3528845
Entreprise :	Tudor Drinks
Marque :	Harry Brompton's
Catégorie :	Boissons alcoolisées
Sous-catégorie :	Boissons alcoolisées aromatisées
Pays :	Royaume-Uni
Pays de fabrication :	Royaume-Uni
Statut d'importation :	Produit non importé
Nom du commerce :	Ocado
Type de commerce :	Par Internet et par la poste
Date de publication :	Déc. 2015
Source du produit :	Client
Type de lancement :	Nouvelle variété/ élargissement de la gamme
Prix en devise locale :	2,00 £
Prix en dollars américains :	3,20 $
Prix en euros :	2,72 €
Code à barres :	5060346830063

Description du produit

Le thé glacé alcoolisé aux baies et au concombre de Harry Brompton's est fabriqué à la main en quantités limitées. Selon le fabricant, il s'agit du premier thé glacé alcoolisé haut de gamme au monde et il est décrit comme étant légèrement pétillant. Ce produit contient des thés noirs du Kenya parmi les plus raffinés, cueillis à la main, ainsi que de la vodka découlant d'une microdistillation légèrement parfumée d'arômes naturels de framboise, de canneberge et de concombre. Il ne contient pas de colorant ou d'arôme artificiel, d'agent de conservation ni de gluten, et est vendu au détail dans une bouteille de 275 ml indiquant un lien vers Twitter.

Liqueur aux herbes

N° d'enregistrement : 3699103
Entreprise : Dilmoor
Marque : Amaro del Castello
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Liqueur
Pays : Italie
Nom du commerce : Supermercati Tigros
Type de commerce : Supermarché
Adresse du commerce : 20125 Milan
Date de publication : Déc. 2015
Source du produit : Client
Type de lancement : Nouveau produit
Prix en devise locale : 3,90 €
Prix en dollars américains : 4,32 $
Code à barres : 8004180724017

Description du produit

La Amaro del Castello Liquore d'Erbe (liqueur aux herbes) a été conçue en respectant une recette traditionnelle et a été parfumée avec des herbes. Le produit peut être savouré après un repas, comme délicieux apéritif ou chaud avec le zeste d'un citron. Il a une saveur plaisante et harmonieuse et est vendu au détail dans une bouteille de 700 ml.

Manque, menthe et whisky

N° d'enregistrement : 4276345
Entreprise : Easier Sales
Importateur : Easier Sales
Marque : Fine Cocktails
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Boissons alcoolisées aromatisées
Pays : Royaume-Uni
Pays de fabrication : France
Statut d'importation : Produit importé
Date de publication : Sept. 2016
Source du produit : Salon professionnel
Type de lancement : Nouveau produit
Prix en devise locale : 4,99 £
Prix en dollars américains : 7,43 $
Prix en euros : 6,80 €
Code à barres : 5012461004263

Description du produit

Le produit Fine Cocktails Mango, Mint & Whisky (Mangue, menthe et Whisky de Fine Cocktails) contient du jus de fruits naturel pasteurisé et des arômes naturels. Cette boisson ne contenant aucun colorant artificiel ni agent de conservation est prête à être dégustée et est vendue au détail dans une bouteille de 200 ml. Ce produit a été présenté dans le cadre du Speciality & Fine Food Fair 2016 à Olympia (Londres).

Vodka biologique

N° d'enregistrement : 3043785
Entreprise : Runa Vodka
Marque : Runa
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Vodka
Pays : Suède
Nom du commerce : Systembolaget
Type de commerce : Détaillant spécialisé
Adresse du commerce : 411 05 Gothenburg
Date de publication : Mars 2015
Source du produit : Client
Type de lancement : Nouveau produit
Prix en devise locale : 377,00 SEK
Prix en dollars américains : 47,28 $
Prix en euros : 36,51 €
Code à barres : 7350066760244

Description du produit

La vodka biologique de Runa est décrite comme une vodka légère au goût pur relevé d'une note de blé. Ce produit suédois est vendu au détail dans une bouteille de 700 ml.

Cognac biologique Fins Bois Single Cru

N° d'enregistrement : 2111536
Entreprise : Cognac Park
Marque : Park Cognac
Catégorie : Boissons alcoolisées
Sous-catégorie : Brandy
Pays : France
Pays de fabrication : France
Statut d'importation : Produit non importé
Date de publication : Juil. 2013
Source du produit : Salon professionnel
Type de lancement : Nouveau produit

Description du produit

Le cognac biologique Fins Bois Single Cru de Cognac Park est vendu au détail dans une bouteille de 700 ml. Ce produit a été présenté dans le cadre du salon Vinexpo, à Bordeaux, en 2013.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise de terrain concernant les potentiels de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et sont un excellent point de contact pour obtenir des conseils à l'exportation.

- **Aperçu du Service des délégués commerciaux au**
  www.deleguescommerciaux.gc.ca/e-f/jp/index.htm

- **Trouvez un délégué commercial**
  www.deleguescommerciaux.gc.ca/fra/trouver-contacts-commerce.jsp

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce marché et d'autres marchés, veuillez consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale sous la rubrique *Statistiques et renseignements sur les marchés*, qui présente les revues de marché par secteur d'intérêt et par région, à l'adresse :

- http://ats-sea.agr.gc.ca/

Pour de plus amples renseignements sur le Salon International de l'Alimentation (SIAL) 2016, veuillez communiquer avec :

- **Ben Berry, directeur adjoint**
  Stratégie et organisation, foires commerciales
  Agriculture et Agroalimentaire Canada
  ben.berry@agr.gc.ca

RESSOURCES

Euromonitor International, 2016.

Global Trade Tracker, 2016.

MarketLine Industry Profile, Global Alcoholic Drinks, juillet 2015.

Mintel Market Sizes, 2015.

Analyse sectorielle

VIN, BIÈRE ET SPIRITUEUX EN EUROPE OCCIDENTALE

Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Ranna Bernard, analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2016).

Images
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur sur ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour suggérer d'autres sujets ou marchés de recherche, vous pouvez vous adresser à :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyses des marchés mondiaux
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Canada
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute décision qui pourrait être prise sur la base de ces renseignements.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Si le document reproduit ou redistribué reprend des données du présent document, il y a lieu d'y indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

RESTEZ BRANCHÉS		Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour plus d'informations à ce sujet et sur d'autres marchés.